

<<销售建议书>>

图书基本信息

书名：<<销售建议书>>

13位ISBN编号：9787111135265

10位ISBN编号：7111135261

出版时间：2004-1

出版时间：第1版 (2004年1月1日)

作者：鲍勃·坎蒂

页数：252

字数：327000

译者：北京燕清联合传媒管理咨询中心

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<销售建议书>>

内容概要

本书一共有七个主要的部分。

第一部分介绍了销售建议书在营销过程中的作用。

第二部分说明设计和书写一份优秀的销售建议书的具体细节。

第三部分说明一份优秀的销售建议书还应该包括一份呈递词、扉页、目录、执行摘要以及附录，以及何时、为何以及怎样直接使用提议信。

第四部分讲座了如何利用销售建议书形成同购买者之间的销售合作关系。

第五部分介绍如何使你的公司减少成本、赚更多的钱，如何写一份高级管理者较为关注的内部销售建议书。

第六部分，你可以发现更加切合实际、简练的十大秘诀。

第七部分包含有你可以利用的工具。

它们可以帮助你寻找更多有用的信息来完成销售建议书，如一些参考书和网络资源。

<<销售建议书>>

作者简介

鲍勃·坎蒂是销售建议网络公司www.salesproposals.com的创始人和主要负责人，这家公司主要是通过改进顾客的销售建议书的开发过程来增加销售额。

鲍勃主要负责建议书的设计和营销过程的整合、营销以及新产品开发方面的咨询服务。

在1991年，他同别人合著了自己的第一本书

<<销售建议书>>

书籍目录

译者序引言 关于这本书 如何使用这本书 这本书是如何组织的？

本书中所用到的图标第一部分 销售过程的整合 第1章 用一份好的建议书进行销售 像咨询者那样销售 当你在提出建议时，请带上咨询者的帽子 像咨询者那样考虑和说话 符合购买者的需求 销售建议书的说明 收到一封招标建议书？

我希望你能做得很好 丢掉管理文件 向高层管理者销售 个人倾向于把两个重要的过程连接起来 第2章 了解购买者 承认复杂销售和关键客户 利用5种购买者信息 在建议书中遵循80/20规则 第3章 一份好的建议书应该包括哪些内容 理解建议书的目的 企业建议书与技术建议书 避免一些缺陷 建议书须遵循的常识性指导方针 构建建议书的结构第二部分 制作建议书的各个部分 第4章 首先要介绍购买者——从第一页开始就引起别人的注意 展现你对前景的了解程度 教育读者——有些人是需要帮助的 提供没有偏见的分析：仅仅是事实 为第一部分挑选一个标题 决定所包含的内容 内容标题 对行业背景的描写 对购买者信息的描写 对现有运行过程的描写 第5章 发现购买者的改进机会 对改进机会的描写 如果购买者已经识别了改进机会，那么就继续前进 对需求和目标的描述 通过解释建议书的目的来结束第一部分的内容 从购买者的角度审视第一部分内容 第6章 向客户提出企业解决方案：嗨，看我们配合得多好！

把第一部分和第二部分内容联系起来 为第二部分挑选一个标题 第7章 回答购买者的问题：“其中哪个部分对我们是有用的？”

第8章 有计划地执行：增强购买者的满意水平 第9章 聚焦销售人员（这就是你！

）第10章 书写最枯燥的内容：假设前提，费用，时间进度表第三部分 注重细节部分和表达 第11章 加入重要的细节部分使你的销售建议书更加完整 第12章 包装并呈递你的建议书 第13章 采用书信式建议书——在要求更简洁的情况下第四部分 第一次就做好 第14章 与买方合作共同设计和制定销售建议书 第15章 提高你的公司开发建议书的速度 第16章 评估你的建议书第五部分 在内部销售：内部销售建议书 第17章 内部工作：把改进机会卖给自己的公司 第18章 书写内部销售建议书第六部分 十大秘诀 第19章 使你的建议书更加有效的十种成功途径 第20章 买方希望在销售建议书中看到的十件事 第21章 陈述销售建议书的十个注意事项第七部分 附录

<<销售建议书>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>